

De la sociedad escrituraria al ecosistema comunicativo mediático

—O la confrontación de la educación con la cultura massmediática—

MARCELINO BISBAL

(Escuela de Comunicación Social)

RESUMEN

Estamos en presencia de unos momentos en donde la caracterización de nuestras vidas ya no transcurre más, ya no es más así ni lo será, desde la perspectiva de un «ideal único» al que denominamos *Modernidad*, sino que está sucediéndose a partir de un «juego de vida» diferenciado y multiforme. J. Habermas ha dicho que se trata más bien de un estado anímico y que pasará cuando descubramos que todo fue un engaño y una simple ilusión. Nosotros no pensamos que así ocurra, por lo que también dijera Habermas al expresar que «asistimos a los dolores de parto de un modo de socialización completamente nuevo».

Palabras clave: MODERNIDAD, CULTURA, MASSMEDIÁTICA, EDUCACIÓN.

ABSTRACT

We are in presence of some moments where the characterization of our lives no longer lapses more, it is no longer this way neither it will be it, from the perspective of a «unique ideal» which we denominate *Modernity*, but rather it is happening starting from a «game of life» differentiated and diverse. Habermas has said that it is a psychic state rather and that it will happen when we discover that everything was a deceit and a simple illusion. We don't think that it happens this way, for what Habermas also said when expressing that «we attend the pains of childbirth of a socialization way totally new».

Keywords: MODERNITY, MASS-MEDIA CULTURE, EDUCATION.

El universo de las comunicaciones de masa —reconozcámoslo o no— es nuestro universo; y si queremos hablar de valores, las condiciones objetivas de las comunicaciones, son aquéllos aportados por la existencia de los periódicos, de la radio, de la televisión, de la música grabada y reproducible, de las nuevas formas de comunicación visual y auditiva. Nadie escapa a estas condiciones, ni siquiera el virtuoso que, indignado por la naturaleza inhumana de este universo de la información, transmite su propia protesta a través de los canales de la comunicación de masa, en las columnas del periódico de gran tirada o en las páginas del folleto impreso en linotipia y distribuido en los kioscos de las estaciones.

UMBERTO ECO

Si los debates provocados por el posmodernismo nos han enseñado alguna cosa, no es precisamente que los procesos de desarrollo característicos de las sociedades modernas nos hayan impulsado, más allá de la modernidad, hacia una nueva y, de momento, indefinida era, sino que nuestras estructuras teóricas tradicionales para la comprensión de esos procesos son, en muchos aspectos, tristemente inadecuados. Lo que nosotros necesitamos en la actualidad no es la teoría de una nueva era, sino la nueva teoría de una era cuyos amplios contornos fueron establecidos años atrás, y cuyas consecuencias aún tenemos que esclarecer plenamente.

JOHN B. THOMPSON

Los medios no sólo descentran las formas de transmisión y circulación del saber sino que, hoy, constituyen el escenario decisivo de la socializaciones, es decir, de los dispositivos de identificación y de los imaginarios de proyección de los adolescentes, de sus estilos de vida, sus gustos y sus miedos.

JESÚS MARTÍN BARBERO

I

Contexto

En este tiempo, quizás como en ningún otro, los términos, que siempre refieren a ciertas y determinadas prácticas sociales, como *representación social* y/o *imaginarios*, *socialidad*, *cotidianidad*, *individualismo*, «*tribalismo*», «*nomadismo*», *estética*, *poder*, *minorías*, *espacios públicos* como enfrentados a los *espacios privados*, *virtualidad*, *ciudadanía*, *multiculturalismo*, *tolerancia*, *diferencia*, *hedonismo*, «*espíritus salvajes*», «*tiempos light*», *mapas* y *mapedados*, *identidades*,... y quizás algunos otros que se nos pasan por alto, están caracterizando a una época bien distinta a la de antaño, pero a la vez, bien rica en acciones sociales y prácticas culturales.

Estamos en presencia de unos momentos en donde la caracterización de nuestras vidas ya no transcurre más, ya no es más así ni lo será, desde la perspectiva de un «ideal único» al que denominamos *Modernidad*, sino que está sucediéndose a partir de un «juego de vida» diferenciado y multiforme. J. Habermas ha dicho que se trata más bien de un estado anímico y que pasará cuando descubramos que todo fue un engaño y una simple ilusión. Nosotros no pensamos que así ocurra, por lo que también dijera Habermas al expresar que «asistimos a los dolores de parto de un modo de socialización completamente nuevo».

El asunto radica en que las gentes y sus vidas cotidianas —entendidas éstas como un meclote ordenado de «rutinas, ritos, tradiciones y mitos»— descubrieron que las promesas de *unicidad* que presentara la mismísima *Modernidad* fracasaron y los dejaron, como solemos decir desde nuestro país, «en el aparato». Se olvidaron de ellos como sujetos sociales y los *nombraron* y *nombran* en momentos críticos o en ciertas ocasiones. Pareciera entonces que la historia ha transcurrido al margen de esos sujetos que son la mayoría, aunque la propia historia se ha teorizado y proclamado en nombre de esas mismas colectividades. Así fue fundada y plasmada la mirada sobre la *Modernidad*. Con razón el pensador alemán, de padres judíos asimilados, Walter Benjamin llegará a decir que «no hay un

documento de la civilización que al mismo tiempo no sea un documento de la barbarie» (Jay, Martín, 1982:285). Y en algún lado Adorno y Horkheimer conversarán en tono trágico, pero crítico a la vez, de que hay que salvar a la *Ilustración*. Pero resulta que la *Ilustración* se contradice consigo misma entre lo que anunció como ideal y deber ser y lo que realmente aconteció y acontece dentro de ella.

De esa manera –según los teóricos y críticos de la *Modernidad*– hay que romper con la tesis de un historia única, con el fantasma de lo *Uno* dirá Maffesoli, es cada vez más necesario «destruir la idea de una historia lineal del progreso, y no sólo porque la progresión lineal rebota sobre sí misma y constituye una amenaza para sí misma, sino además porque se ha visto bien clara la contradicción interna que hay en una concepción lineal de la historia. A base de la experiencia de las víctimas aniquiladas, hay que desarrollar nuevos conceptos del tiempo, de la intersubjetividad y de la solidaridad en su dimensión histórica. Tan sólo entonces se verá con claridad lo que la acción humana puede significar en una historia catastrófica» (Peukert, Helmut, 1995:41).

Estamos asistiendo, esto es ya una obviedad por ser una realidad palpable y presente por todos lados, a un cambio de época. Se trata de un nuevo «giro corpernicano» como nunca antes habíamos visto. Y si es semejante a algún otro hito histórico, no lo es de ninguna manera en sus consecuencias inmediatas y que ya estamos presenciando. «Lo que estamos viendo no es simplemente otro trazo del mapa cultural –el movimiento de unas pocas fronteras en disputa, el dibujo de algunos pintorescos lagos de montaña– sino una alteración de los principios mismos del mapeado. No se trata de que no tengamos más convenciones de interpretación, tenemos más que nunca pero construidas para acomodar una situación que al mismo tiempo es fluida, plural, descentrada. Las cuestiones no son ni tan estables ni tan consensuales, y no parece que vayan a serlo pronto. El problema más interesante no es sin embargo cómo arreglar todo este enredo sino qué significa todo este fermento» (Geertz, Clifford, 1991:76).

Nuevamente Maffesoli nos dirá que estamos asistiendo a la muerte del universo político y a la entrada en el orden de la socialidad. Existe todo un «fermento» que ya no responde a un sentido único, centrado de la historia y de la vida, sino más bien a un orden de tipo pendular que es el resultado del desgaste del tiempo anterior y de la vida que toca a la puerta de cada sujeto. «Sea como fuere, lo cierto es que en función de este telón de fondo conviene apreciar toda una serie de hechos que destacan el desinterés creciente respecto de una cosa pública general y abstracta. La 'mayoría silenciosa', que en realidad no es más que un conglomerado de grupos y de redes yustapuestos o secantes, no puede seguir definiéndose mediante los retos comunes, abstractos y decididos fuera de ella. No puede seguir caracterizándose a partir de un objetivo a realizar; es decir, ser el proletariado, agente de una sociedad venidera, o ser el objeto de un estigma estructural y congénito: el populacho atrasado y/o infantil que hay que conducir o proteger» (Maffesoli, Michel, 1990:96).

La verdad, aunque ya lo hemos apuntado y dicho, es que estamos en presencia de un *nuevo tiempo* en donde los signos con los cuales designábamos las cosas a partir de los discursos ahora se han insubordinado tal como expresara Nelly Richard. Ha habido una *insubordinación de los signos* (Richard, Nelly, 1994) en todo los órdenes de la vida, al punto de que lo que antaño decíamos que era «verdad» hoy ya dejó de serlo y la propia vida se ha fragmentado, roto en mil trozos que de alguna manera no hemos sido capaces de unificar desde la academia, pero que las gentes siguen su curso y viviendo a pesar de esas fragmentaciones. Entonces la pregunta: ¿para ellas tendrá algún sentido la *unificación* ofrecida desde nuestros libros y cubículos universitarios?

Hay crisis de todos los órdenes y sentidos. La crisis se hace palpable en la manera incluso de pensarla y en la forma de concretarla para sugerirle posibles salidas. «Es indudable que la palabra *crisis* está presente y domina no sólo los grandes discursos económicos, políticos y sociales. Como la humedad, esta palabra *penetra los*

discursos cotidianos y reelabora las representaciones de la vida. Basta escuchar las conversaciones en los mercados, en la plaza, en los cafés, para captar los múltiples nombres de la crisis y los diversos asuntos que ella nombra. «Ella asume diversos disfraces, se viste con ropajes de gala o con andrajos, con tintes de retórica o poética, como renuncia o esperanza, pero en el fondo su carácter es el mismo: la crisis de los poderes, agotamiento de los modelos, de los discursos» (Cursivas nuestras) (Reguillo, Rossana, 1995:40).

Es en definitiva la crisis que nos presenta la *Modernidad* de estos días y los caminos que ella se inventa o reinventa para salir hacia adelante y que muchas veces genera más crisis. Ese cambio que estamos experimentando se da en el seno mismo de la sociedad a partir de cómo ella se está construyendo y reconstruyendo día a día, instante a instante, momento a momento, segundo a segundo. Las maneras como el ser humano se está relacionando con los otros y con los objetos/cosas están demostrándonos que estamos en presencia de un nuevo *sensorium* (Benjamín, Walter, 1982), es decir, «nuevos modos de percibir, de sentir y relacionarse con el tiempo y el espacio, nuevas maneras de reconocerse y de juntarse especialmente entre los jóvenes que los adultos tienden a desvalorizar convencidos de que los cambios que viven los jóvenes son, como lo fueron siempre, ‘una fiebre pasajera’» (Martín Barbero, Jesús, 1997:19). Hay un cambio de *sensorium* en donde los media, en la expresión amplia del término (el complejo industrial massmediático: de la información, la entretención y las telecomunicaciones), están mediando las experiencias de constitución de la propia vida.

Hay una forma distinta de socialidad que presenta rasgos bien diferenciados al de épocas pasadas, Maffesoli la ha denominado «la socialidad del tribalismo, de la proxemia» y nos explica: «se trata aquí de una tensión fundadora que, a mi juicio, caracteriza la socialidad de este fin de siglo. A diferencia del proletariado o de otras clases, la masa, o el pueblo, no responde a una lógica de la identidad; sin un objetivo preciso, no es el sujeto de una historia en marcha. La metáfora de la tribu permite, como tal, dar cuenta del proceso de

desindividualización, de la sustitución de la *función* que le es inherente y de la acentuación del *rol* que cada 'persona', también en el sentido latino de la palabra, está llamada a desempeñar en su seno. Se da por supuesto que, así como las masas se hallan en perpetua ebullición, las tribus que se cristalizan en ellas no son estables y que las personas que componen esas tribus pueden moverse entre una y otra» (Maffesoli, Michel, 1990:29).

¿Qué cosa significa todo esto? Ni más ni menos que debemos empezar a considerar las prácticas sociales como prácticas cotidianas a partir del significado simbólico, que nos remite necesariamente e ineludiblemente a la cultura, que la gente les otorga. Porque esas prácticas sociales nos hablan y nos cuentan «(...(la historia de los sentimientos, de las mentalidades, de la moda, del erotismo, de los ritos funerarios, de los dolores secretos» (Briceño Guerreño, J. M., 1996:13).

II

Los medios en el centro de la vida hoy

Pensar hoy día los cambios a partir de la cultura implica abrirnos desde el concepto que impuso la *Modernidad* (esa etapa de la historia universal y contemporánea que dijo para sí misma que ella significa «vivir según la razón». Pero una razón que siempre se supuso universal para todos los ámbitos de la vida) hasta la disolución de esa misma *Modernidad*. Porque hoy la *Modernidad*, tal como la concibieron «los modernos», no sigue una ruta única y lineal, sino que está construida de diferentes percepciones, precariedades e inclusive hasta rutas erráticas. Por ejemplo, en América Latina y por supuesto que en unos países más que en otros, esa modernidad ha sido el resultado de *destiempos* y *residuos*, de maneras muy diferentes de *pensar* y *ser*. Y desde ese mestizaje de la vida y la razón es que hemos entrado a la modernidad, pero conviviendo con ella evidentes elementos premodernos y hasta arcaicos.

Cualquier camino que sigamos, dentro de la reflexión sociológica-antropológica y hasta filosófica, para pensar lo que está pasan-

do no podemos en estos momentos dejar de lado lo que llamamos *la mirada comunicacional*. Hoy, es una manera de interpretar y vislumbrar estos tiempos que están tan influenciados por los medios masivos de comunicación que han homogeneizado simbólicamente, lo que Thompson llamara los «contextos sociales estructurados». No es ni más ni menos que la «mass-mediación» siguiendo la terminología del mexicano Guillermo Orozco.

Es que hoy día los medios constituyen el centro de nuestras vidas y «la televisión forma parte de la médula de nuestra vida cotidiana» (Silverstone, Roger, 1996:48). El mismo autor, Roger Silverstone, profundizará apuntando que «los medios –y fundamentalmente la televisión, por supuesto– son mediadores (probablemente en cualquier definición, y ciertamente en la práctica) tanto del espacio como del tiempo, y además se producen y se consumen en el espacio y en el tiempo. En cada caso la calidad del espacio y el tiempo es significativo tanto desde el punto de vista material como desde el punto de vista simbólico» (*ibídem*).

En este pensar desde *la mirada comunicacional* es imposible trazar una línea de demarcación, al estilo de una frontera, entre las distintas manifestaciones de cultura, porque las formas de reproducción técnica o mecánica según lo refería Benjamin ya no lo permiten. Los medios de comunicación *reubicaron* los espacios de producción y reconocimiento cultural y en ese sentido ya no es posible seguir hablando de «lugares cerrados» de la cultura en la perspectiva de «cultura elitesca» o «alta cultura», «cultura popular» o «cultura subalterna» y «cultura massmediática» o «cultura de masas». Y no sólo reubicaron esos procesos-espacios-lugares sino que también *hibridaron* los códigos propios de cada proceso con los códigos de los demás para generar tal mezcla simbólica que resulta algo que podríamos significar con el término de «pasticho cultural».

La interrogante irrumpe demasiado rápido: ¿qué pasó? Simplemente, que los procesos-experiencias, tanto de producción como de disfrute en términos de cultura, dejan de ser unívocos y por lo tanto lineales y a la vez nada excluyentes. Los códigos se cruzan, al

principio sin regla fija, luego casi estableciendo una *gramática* de la hibridación, para presenciar el corrimiento de los signos que en nada recuerda a la gramática impuesta por la modernidad ilustrada: «efectuando fuertes desplazamientos sobre los comportamientos y exclusiones que la modernidad instituyó durante más de un siglo, esto es generando hibridaciones entre lo culto y lo popular y de ambos con lo masivo entre vanguardia y kitsch, entre lo autóctono y lo extranjero, categorías y demarcaciones todas ellas que se han vuelto incapaces de dar cuenta del ambiguo y complejo movimiento que dinamiza el mercado cultural» (Martín Barbero, Jesús, 1997:46). Y el mismo Jesús Martín Barbero denomina a esta dinámica con la idea de que «la modernidad se hace experiencia colectiva de las mayorías latinoamericanas merced a dislocaciones sociales y perceptivas de cuño claramente postmodernas».

En estos momentos, y creemos que en el nuevo tiempo que se abre a partir del fin de este milenio, pensar la sociedad sin la comunicación es imposible de hacer. Pensarla y reconocerla desde el único punto de vista antropológico es tarea casi imposible y de llevarla a cabo dejaremos de lado un componente que hoy día sirve de «reconocimiento social» y de «identificación social»: la comunicación masiva de los grandes medios. «Los medios de comunicación, en las sociedades modernas, se encuentran estrechamente relacionados con el sentido público de la cultura, su transmisión e incluso su recepción misma» (Rey, German, 1993:30). En el decir de Jesús Martín Barbero, la comunicación es el espacio desde donde se piensa y se entiende la sociedad. O en palabras de G. Vattimo al referenciar que «todo», en cierto modo, venga a ser objeto de comunicación.

Sin embargo, esta idea no es nueva, aunque ahora es más cierta que antes. A finales de la década de los años setenta el teórico Denis McQuail apuntaba: «¿cuál es la razón de que ciertos rasgos indudables de esta última (se refiere a la sociedad de masas): la urbanización, la rutinización del trabajo, la apatía o desilusión políticas, la declinación de la fe religiosa, el probable debilitamiento de la vida de comunidad, parezcan estar asociados específica y significativa-

mente con la cultura de las comunicaciones masivas, cuyos contenidos consisten en gran medida en materiales concebidos para proporcionar descanso, fomentar el consumo personal, entretener, proporcionar emociones sustitutivas o evasión? ¿Cuáles son las condiciones de la sociedad moderna que promueven los altos niveles de uso de estos medios y que determinan la forma característica que ella adopta?» (McQuail, Denis, 1972:101).

A la misma idea, aunque con diferencias y matices evidentes, apuntan estas palabras de Vattimo al decir que «justamente con el final del colonialismo y del imperialismo ha habido otro gran factor decisivo para disolver la idea de historia y acabar con la modernidad: a saber, la irrupción de la sociedad de la comunicación (...) Lo que trato de defender es lo siguiente: a) que en el nacimiento de una sociedad posmoderna desempeñan un papel determinante los medios de comunicación; b) que esos medios caracterizan a esta sociedad no como una sociedad más 'transparente', más consciente de sí, más 'ilustrada', sino como una sociedad más compleja, incluso caótica; y, por último, c) que precisamente en este relativo 'caos' residen nuestras esperanzas de emancipación. (...) Esta multiplicación vertiginosa de las comunicaciones, este número creciente de subculturas que toman la palabra, es el efecto más evidente de los medios de comunicación y es a su vez el hecho que, enlazado con el ocaso o, al menos, la transformación radical del imperialismo europeo, determina el paso de nuestra sociedad a la posmodernidad. El Occidente vive una situación explosiva, una pluralización irresistible no sólo en comparación con otros universos culturales (el 'tercer mundo', por ejemplo) sino también en su fuero interno. Tal situación hace imposible concebir el mundo de la historia según puntos de vista unitarios» (Vattimo, Gianni, 1994:12 y ss.).

Una vez más hay que decirlo. La comunicación en su producto massmediático se ha convertido en el lugar estratégico desde el cual se piensa la sociedad hoy («tiempo-ahora»). El uso de los medios se constituye en una *rutina* que conforma lo que Walter Ong denominó una *oralidad secundaria* que va creciendo día a día y que se confronta,

saliendo siempre airoso el uso de los medios y de los signos masivos que impone la cultura urbana que en el «tiempo-ahora» ocupa gran parte del espacio cultural de los países, con la *oralidad letrada* impartida por la escuela y el aparato educativo en general.

Hoy, por razones de diversa índole que van desde la inseguridad y los altos costos del mercado cultural que ha sido invadido por el «mercado», hasta la fuerte atracción que ejercen los dispositivos mediáticos, nos encontramos con una «privatización» del espacio público. Los datos de una investigación nuestra (Nicodemo, Pasquale y Bisbal, Marcelino, 1997:57 y ss.) llevada a cabo en este año son demasiado elocuentes y hablan por sí solos. Veamos a renglón seguido algunos de esos indicadores:

Cuadro I

FRECUENCIA DE CONSUMO DE LAS ACTIVIDADES «DENTRO DE LA CASA»

Frecuencia de Consumo

ACTIVIDADES	Todos los Días %	Casi todos Días %	Fines de Semana %	Nunca contesta %	No %	TOTAL %
Ver TV	76	16	5	3	—	100
Escuchar radio	71	21	3	5	—	100
Leer prensa	49	22	18	11	—	100
Leer revistas	17	20	30	32	1	100
Escuchar música	65	18	9	7	1	100
Ver cine en video	6	6	48	39	1	100
Estar ante un computador	15	9	4	71	1	100
Jugar video-juegos	3	2	14	80	1	100
Jugar dominó	1	2	36	60	1	100
Leer libros	15	25	27	32	1	100

Lectura del Cuadro: del cuadro se desprende que las actividades de consumo «dentro de la casa» que habitualmente acostumbra a realizar la gente del área investigada están relacionadas, en primer lugar, con los medios masivos de comunicación, específicamente con «ver TV» y «escuchar radio». Con relación a otra actividad de importancia está el «escuchar música». Y así mismo, amerita señalar el auge que está tomando el uso del computador dentro de la casa, ya que una cuarta parte de la gente entrevistada sostiene «estar ante un computador», «todos los días/casi todos los días». Otros medios de comunicación de gran uso son «leer la prensa, revistas, libros»

En resumen, el orden de importancia de las actividades culturales «dentro de la casa» de acuerdo al porcentaje de respuestas en las frecuencias de consumo «todos los días/casi todos los días» es el siguiente: 1° ver TV-Escuchar radio: 92%; 2° escuchar música: 83%; 3° leer prensa: 71%; 4° leer libros: 40%; 5° leer revistas: 37%; 6° estar ante un computador: 25%; 7° ver cine en video: 12%; 8° jugar videojuegos: 5%; 9° jugar dominó: 3%.

Cuadro II
FRECUCENCIA DE CONSUMO DE LAS ACTIVIDADES
«ELITESCAS O DE ALTA CULTURA»

Frecuencia de Consumo

ACTIVIDADES	Semanal %	Mensual %	Ocasional %	Nunca %	No contesta %	TOTAL %
Visitar bibliotecas	8	5	26	61	—	100
Visitar librerías	5	7	41	46	1	100
Visitar Museos/Galerías	3	6	33	57	1	100
Viajar al exterior	—	2	23	74	1	100
Asistir a espectáculos de cultura clásica	1	2	13	84	—	100
Asistir a conferencias/congresos	1	3	16	79	1	100
Ir al teatro	1	4	26	68	1	100

Lectura del Cuadro: como era de esperarse el consumo cultural de determinadas actividades relacionadas con el pensamiento de la llamada «cultura ilustrada» no posee preferencia de importancia entre los entrevistados. Ninguna de las actividades presentadas a los entrevistados alcanza el 15% de las frecuencias de consumo «semanal/mensual». «Visitar bibliotecas» y «Visitar librerías», relacionadas con la lectura, son las dos actividades de mayor consumo cultural, con el 12 y 13% respectivamente de entrevistados. Y por otro lado, las dos actividades de «alta cultura» que aparecen con alto porcentaje en la frecuencia de consumo «nunca» son: «asistir a espectáculos de cultura clásica» (84%) y «asistir a conferencias/congresos» (79%).

De una lectura detenida de esos cuadros, y de algunos más que faltan, podemos formularnos algunas preguntas tal como las señalara el psicólogo social German Rey (1993:33) al interrogarse en el sentido siguiente: ¿tienen algo que ver los comportamientos ciudadanos con las obsesiones del consumidor de los medios? ¿Hay algo que los identifique? ¿Cuáles son los códigos que nos unifican y diferencian dentro de la heterogeneidad en que vivimos? Es difícil dar una respuesta, quizás lo que apuntara Néstor García Canclini nos ayude a responder y seguramente tendremos que volver a interpe-larnos: «¿qué tipo de sociedad está madurando en esta época en que los relatos históricos se desintegran? ¿A qué conjunto nos hace pertenecer la participación en una socialidad construida predominantemente en los procesos de consumo? Tiempo de fracturas y de heterogeneidad, de segmentaciones dentro de cada nación y de comunicaciones fluidas con los órdenes transnacionales de la información, de la moda, del saber. En medio de esta heterogeneidad encontramos códigos que nos unifican, o que al menos permiten que nos entendamos. Pero esos códigos son cada vez menos los de la etnia, la clase o la nación en que nacimos. Esas viejas unidades, en la medida en que subsisten, parecen reformularse como pactos móviles de lectura de los bienes y los mensajes» (1995:8).

Está dicho ya, que la configuración actual de la cultura y la vida que forma parte de ella pasa necesariamente por la llamada *cultura*

de masas. En ese sentido, se hace necesario clarificar la llamada cultura de masas desde una serie de preguntas o propuestas de reflexión que son necesarias de encarar...

1. Estudiar hoy día el tema de la cultura y su relación con la comunicación comparte el punto en común de lo que se denomina «la mirada comunicacional» de lo masivo industrial. De no hacer esa interrelación, de seguro entraremos en respuestas que no corresponden con la realidad de la modernidad no sólo en América Latina, sino en el mundo. Decimos esto por el «lugar estratégico» que están ocupando hoy día los procesos comunicativos masivos y los mismos medios que sirven de conducto a una gran parte de esos procesos comunicacionales. Héctor Schmucler y Patricia Terrero llegan a decir que la cultura urbana, paradigmática de la civilización contemporánea, remite a la cultura mediática: «por más de una razón –dicen textualmente– podríamos sugerir que el mundo urbano actual tiene, a su vez, un núcleo central de significación en la llamada comunicación masiva. Más precisamente, en los medios masivos de comunicación cuya presencia es tan determinante que caracteriza al conjunto de la vigente. No resultaría demasiado caprichoso pensar que, hoy, hablar de la cultura urbana –es decir, de la cultura que cubre buena parte del planeta– es referirse a la cultura mediática» (1993:27).

2. Pero asumir esa interrelación, como premisa de arrancada, implica deslastrarse de los juicios valorativos *a priori* que se tengan acerca de la cultura masiva industrial de los grandes medios, o simplemente de la cultura masiva. Esto es de significativa importancia porque, ya sea que se asuma la tendencia culturalista en cualquiera de sus acepciones, o cualquier otra tendencia, si no somos capaces de ver que los medios y sus construcciones mediáticas no son más que mediaciones de diversidad de procesos entre los sujetos sociales y sus realidades, no podremos dar cuenta cabal de lo que realmente los medios están haciendo con la gente y lo que la gente está haciendo con los medios.

3. Dicho está entonces que la cultura masiva de los medios es la cultura *hegemónica* por cuanto ocupa mayoritariamente el espacio del

tiempo libre de la gente. Desde ahí habría que preguntarse por los nuevos imaginarios culturales que se están fabricando en términos de relación recíproca entre los medios-emisores-productores y los perceptores, en las dos direcciones, y nunca en una sola.

En ese sentido, Jorge González afirma que «las implicaciones entre productores y públicos conforman precisamente lo que es un género: una estrategia de comunicabilidad que se comparte y en la que es posible reconocerse. Por ahí también hay una constante menos mundial que clasista y sexual. De estas dos primeras cuestiones y sus modos de aterrizaje en las localidades vivas, con nombre y apellido, casi nada sabemos. Las puras cifras de ganancias de las transnacionales del ensueño, difícilmente nos permitirán comprender lo que en el coloquio llamamos las repercusiones locales de la crisis. (¿Cuál crisis?) ¿Por dónde empezamos? La formación de un público apto para soplar cualquier cosa que se parezca a lo ya visto, con un poquito de inventiva, sobre todo en los efectos especiales o en las mutilaciones corporales, no es cosa despreciable. Pero ¿ese público que en realidad son muchos, se defiende? ¿Hace algo con lo que ve? ¿O se lo traga para pedir después más de lo mismo?» (1993:72).

4. La otra cuestión relevante tiene que ver con el tema de moda en las reflexiones actuales: la modernidad. ¿Cómo entender, desde la vertiente comunicacional masiva de los grandes medios y su cultura de masas, la modernidad desde la periferia que es América Latina? Y volvemos a interrogarnos, junto con Jorge González, al formularnos las siguientes preguntas: «¿Cómo se realiza la gestión pueblerina de la 'modernidad'? ¿Qué pedazo de ella nos estamos refinando cotidianamente? ¿De qué manera hacemos las cuentas con ella? ¿Rechazamos todo para permanecer aislados? ¿Acabamos las fachadas de las casas y llevamos serenata con el radio a todo volumen? ¿Nos soplamos la densidad densa del aburrimiento decantada, de la soledad en compañía? O mejor nos aventamos de clavado en el sueño de la modernidad» (*ibídem*:7).

5. Habría que preguntarse por la confluencia de signos culturales, pero predominantemente masivos, en nuestras cotidianida-

des, en nuestra «sociología de lo vivido». Es más, las nuevas generaciones se identifican mayormente en términos de identidad con esos signos que con aquellos que le han dicho hasta el cansancio que les pertenecen por herencia patria o de nacimiento. Aquí entramos en el problema de la identidad como discurso cargado de cierta nostalgia, por lo que perdimos, pero hay otra lectura de la identidad que surge de las realidades culturales mezcladas y entremezcladas, mestizadas o hibridadas, semantizadas y resemantizadas en lo cotidiano y en donde los medios nos hacen percibir de otra manera. Si se quiere fragmentada de culturas distintas y de campos culturales distintos, como a retazos.

6. Todas estas ideas fraccionadas, y a lo mejor poco hilvanadas, nos llevan a plantearnos lo que Martín Barbero afirma acerca de «los nuevos modos de abordar el estudio de la comunicación en América Latina. Los nuevos lugares desde los cuales estamos tratando de interrogar a los procesos de comunicación masiva. La pregunta básica sería ésta: ¿qué origina la fuerza social de los medios de comunicación?, ¿qué es lo que hace la fuerza de los medios? (...)» (Martín Barbero, Jesús, 1992:31). O quizás, desde una perspectiva de formulación de políticas, el autor se pregunta: «¿pueden llamarse políticas de comunicación aquéllas limitadas a reglamentar los medios y a controlar sus efectos sin que nada en ellas apunte a la atomización ciudadana, a contrarrestar la disgregación y el empobrecimiento del tejido social?, ¿y pueden llamarse políticas culturales aquellas que se limitan a contrarrestar el pernicioso influjo de los medios masivos con la difusión de obras de la auténtica cultura, sin que nada en esas políticas active la experiencia de las comunidades, su utopía, su propia cultura política, es decir, su reconocimiento como sujeto social?» (*ibídem*:32).

III

¿Entonces? Una cartografía cultural distinta

Esta parte intenta dar cuenta, en síntesis, del recorrido de una reflexión, de una indagación teórica y de aplicación que tiene que

ver con un campo tan movedizo hoy día que es el de los media y su inserción en la sociedad. Decimos que es un recorrido porque llevamos ya unos cuantos años intentando pensar la cuestión de los medios a partir de una serie de *claves* que nos ayuden a entenderlos, no desde dentro –¿y por qué no también?–, sino más bien desde la interacción social que establece la gente con ellos. Esta perspectiva se inscribe actualmente en la idea de pensar lo «no pensado» con relación a la cultura massmediática.

Hubo un primer momento, muy rico en América Latina y especialmente en Venezuela, en donde el centro de la investigación hacia los medios fue la consideración de éstos como transmisores de contenidos/información simbólica desde núcleos de emisión hacia amplios espacios de recepción. Esta línea de pesquisa dio fruto en muchos estudios y planteamientos de carácter más bien político que nos hicieron olvidar la relación de la gente con los medios más allá de las consabidas categorías de la alienación y la manipulación. Realidades estas siempre presentes, pero no de un sólo lado como se pensó (desde la emisión centralista), sino desde el otro polo de la comunicación: el del perceptor, que es lo mismo que nombrar a los públicos como audiencias verdaderamente activas. Igualmente, esas investigaciones y referencias teóricas nos hicieron pasar por alto la espesura y envergadura cultural que los medios y su cultura empezaban a representar para las gentes. Se trata entonces de dejar a un lado el pensamiento sesgado de carácter «negativista» (en el sentido hegeliano del término) hacia ellos, es decir, hacia los medios y su cultura mediática.

Esa idea significa, según John B. Thompson, que «debemos ver, en vez de ello, que el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo». Y sigue diciendo el autor británico: «cuando los individuos utilizan los medios de comunicación, se introducen en formas de interacción que difieren en ciertos aspectos del tipo de interacción cara-a-cara que caracteriza la ma-

yoría de los encuentros de la vida cotidiana (...) De manera fundamental, el uso de los medios de comunicación trasforma la organización espacial y temporal de la vida social, creando nuevas formas de acción e interacción, y nuevos medios de ejercer el poder, disociados del hecho de compartir un lugar común» (1998:17). Así pues, nuestra tesis sostiene que en estos momentos, y mucho más en el tiempo que se nos abre a partir del nuevo milenio, no considerar la reflexión seria, objetiva y desprejuiciada, pero al mismo tiempo la mirada transdisciplinar y multidisciplinar de los media, es dejar de lado un componente que está siendo decisivo en la vida, al menos en las nuevas generaciones. No entender esa realidad es no entender el tiempo presente. Es lo que ha dicho en algún lado J. Habermas al expresar que «asistimos a los dolores de parto de un modo de socialización completamente nuevo».

El momento que nos está tocando vivir, se le denomine como se quiera o como se nos antoje y este no es el problema, significa entender urgentemente cómo se está *construyendo* en el día a día la vida misma. Implica comprender que la modernidad actual, la de aquí y ahora, está atravesada menos por el racionalismo elaborado y academicista y más por el desecho y el desorden de la cotidianidad y de la cultura de los grandes medios. Este aspecto determina un mapa cultural bien distinto al de antaño; pero también implica una *teoría social* que de cuenta de cómo los medios están siendo tan constitutivos y tan constituyentes de lo que hoy somos. Requerimos urgentemente otros parámetros de significación para nuestra investigación y reflexión sobre comunicación. Aquello que dijera Ana María Fadul quizás ayude a clarificar mejor lo que quiero expresar: «¿existiría investigación sobre el nazismo, sobre el estalinismo si sus autores partiesen del presupuesto inicial de que ese era un objeto despreciable y que sólo merecería el silencio de los investigadores? Más eso es exactamente lo que está ocurriendo con la investigación en comunicación. La tónica son los juicios estéticos, morales, políticos, etc. La investigación se inserta en un conjunto de creencias y valores que no tienen nada que ver con la investigación científica» (1992:6).

Requerimos entonces, e insistimos en esta idea, de un pensamiento de teoría social que conecte la idea, que una vez apuntara Martín Barbero, de que hoy las experiencias culturales han dejado de corresponder lineal y excluyentemente a los ámbitos y repertorios de las etnias o las clases sociales. Hay un tradicionalismo de las élites letradas que nada tiene que ver con el de los sectores populares y un modernismo en el que «se encuentran» –convocadas por los gustos que moldean las industrias culturales– buena parte de las clases altas y medias con la mayoría de las clases populares. Es también la necesidad de pensar una antropología de contemporaneidad que asuma sin miedos la perspectiva del lugar que hoy ocupan los media en la conformación de nuevas formas de agrupación humana y de disfrute de la cultura, a la vez que la consideración de los medios como creadores e interlocutores válidos de cultura.

Es la apuesta por un pensamiento no negativo, sino más bien de comprensión de lo que pasa al interior de esas formas dominantes y hegemónicas de industrialización de la cultura. Es la postura de un Ramón Zallo, y que hacemos nuestra, cuando afirma que «la vieja Escuela de Franckfurt –exceptuando a W. Benjamin– no comprendió el entronque que muchos productos de la cultura industrializada iban a establecer con la cultura popular soterrada y menospreciada hasta entonces o el hilo de continuidad existente entre las culturas tradicional e industrial, y que ha permitido que rasgos centrales de las mercancías culturales tradicionales –tales como la unicidad, creación, renovación, autonomía– perdurarán en la cultura industrializada si bien con cambios cualitativos. Tampoco valoró que junto a producciones deleznable las nuevas industrias crearían las condiciones para nuevas expresiones artísticas; ni que los binomios cultura e industria, arte y capital, iban a alcanzar síntesis bien contradictorias, dada la inesperada ambivalencia de la producción cultural susceptible de reproducción –democratización de la recepción cultural y generación de nuevas formas culturales, por un lado, e irrupción directa del capital en el ámbito de la creación y la producción cultural con todas las servidumbres que ello implica, por otro–» (Zallo, Ramón, 1992: contraportada).

Se trata de una tarea de comprensión hermenéutica, pero requerimos de una otra comprensión que no resulta del todo hermenéutica (tarea que está pendiente de nuestra parte) y que tiene su *clave* en la necesidad de conferirle importancia significativa a las prácticas sociales como prácticas culturales. Quizás aquello que escribiera el historiador Elías Pino Iturrieta ayude al entendimiento de este aspecto. Decía Pino Iturrieta: «atentas a la comprobación de teorías universales, la mayoría de las investigaciones sobre la sociedad colonial no se han detenido en el estudio de la rutina, esto es, en las cosas que realmente importaron a los súbditos del rey que más tarde aparecen construyendo la república. En consecuencia, desembocan en versiones que no aprecian la heterogeneidad del fenómeno. Otros análisis de reciente cuño, gracias a la utilización de las estadísticas procuran enmendar las falencias de los estudios genéricos. Ciertamente corrigen muchas de las apreciaciones precedentes, pero convierten a las criaturas en guarismos y se desentienden del tono vital que determinó el escenario. En definitiva, ambas tendencias subestiman a las personas que una vez ocuparon el centro de las tablas, y de cuyas reacciones ante las naderías de la existencia surge una vitalidad emparentada con la historia posterior. Esa vitalidad necesita un estudio pormenorizado» (1994:14). Hagamos las analogías requeridas y de seguro que vamos a entender.

Pensar la comunicación como espacio estratégico no es más que situarnos en determinados campos como realidades presentes y ver desde ahí cómo la cultura de los medios se inserta con mucha fuerza en: la educación, la política, la televisión, la violencia de los medios y la cultura popular. En esos espacios se intercalan nuevas significaciones producto de la cultura mediática. Entidades que hay que asumirlas como *nuevas claves* de estudio. Claves que resuenan bajo la idea o la necesidad de «la refiguración del pensamiento social», pero en el sentido del giro cultural que se ha introducido hoy. Clifford Geertz decía al respecto: «de este modo, no hablamos de una cuestión que se refiera a deportes extravagantes y a curiosidades ocasionales, o del hecho admitido de que lo innovador es, por

definición, difícil de categorizar. En realidad, hablamos de un fenómeno que es lo bastante general y específico como para sugerir que lo que estamos observando no es otro simple trazado del mapa cultural —el desplazamiento de unas pocas fronteras en disputa, la señalización de ciertos lagos de montaña pintorescos—, sino una alteración radical de los principios de la propia cartografía. Algo que le está sucediendo al modo en que pensamos sobre el modo en que pensamos» (1991:76). Desde ese planteamiento de la presencia de un «mapa cultural» distinto o redefinido se requiere del «trazado de un mapa capaz de dar cuenta de la densidad y especificidad de los cambios culturales que atravesamos» (Martín Barbero, Jesús, 1998:3). Ese *mapa* debería dar respuesta a una serie de preguntas y de ahí vendría luego la conformación del mapa con sus respectivos componentes:

- *Las preguntas:*

- ¿Cuál es el sitio que ocupan, en la integración de imaginarios de nuestros pueblos y gentes, esos productos culturales nacidos a veces en el barrio popular o en la ciudad, otras en la extensa franja de tierra fronteriza que nos separa, y también los que surgen de las industrias culturales en si o incluso mezclados o hibridados a los productos de otros campos de la cultura?

- ¿Qué se hace (el tema de los *usos*) con esos productos culturales en términos precisos de integración y conocimiento mutuo?

- O en otras palabras: ¿Cómo nos percibimos desde esas industrias culturales, desde los formatos y géneros del audiovisual, de la música radiada y escuchada en el salón de la casa o fuera de ella...?

- ¿Cómo advertimos, desde cada lado, los imaginarios que nos transmiten y que a la vez estamos conformando *en* y *a partir* de esos aparatos comunicacionales y culturales masivos?

- ¿Cómo nos imaginamos, cómo se imaginan y qué imagen asumimos?

• *El mapa mínimo:*

Este debe reconsiderar fundamentalmente:

– Las transformaciones de las *identidades nacionales* y el encuentro conflictivo de identidades.

– La fragmentación de las historias nacionales por el surgimiento de *movimientos socioculturales*.

– La constitución de las *industrias culturales*.

– Los procesos de *consumo cultural* referidos no sólo a la apropiación, sino también a las relaciones-resignificaciones-nuevas asignaciones de sentido.

– La reconfiguración de las *culturas tradicionales*.

– La presencia actualizada de un *patrimonio cultural* dentro de las prácticas culturales cotidianas.

– La irrupción de *estéticas nuevas* propias y combinadas.

– Los nuevos modos de estar juntos y *habitar la ciudad* hoy descentrada y estallada;

– El surgimiento de *culturas desterritorializadas*.

– La presencia de un ecosistema comunicativo nuevo, con nuevos modos de aprendizaje y nuevos campos de experiencia.

–La conformación de *culturas de frontera*.

Comunicación y cultura, dos categorías que constituyen hoy una pieza clave de la complejidad cultural que caracteriza e identifica al tiempo-ahora. Un tiempo hecho a retazos, de desterritorializaciones culturales, de hibridaciones, de nuevas formas de sentir la vida y vivirla... Requerimos demostrar la necesidad de asumir reflexiones, investigaciones y políticas que consideren a ese binomio como un tejido inseparable en nuestras relaciones, pero políticas culturales que tengan un enfoque amplio, abierto a los nuevos signos y nuevas maneras de encarar socialmente la relación cultural y comunicacional. Requerimos también una consideración seria sobre el proceso de integración simbólica que nuestros pueblos han tejido desde las

vertientes y los cauces que han abierto las mediaciones comunicacionales impuestas, pero asumidas, por las grandes industrias culturales de la música, del CD, de la radio, del cine, de la televisión...

Necesitamos urgentemente una investigación y reflexión que se adentre en los media y su cultura mediática. La idea es entenderlos y entenderla, pero con empatía y cierta dosis de seducción, que es lo mismo que decir con placer y regusto por el gusto y el espectáculo que entrañan los medios hoy... *¡Intelectualmente el desafío es mayúsculo!*

IV

Por fin: comunicación y educación

Hay un grado de *culpabilidad* en los medios y en relación con el país y la imagen que ellos a veces transmiten, con la democracia como sistema, con el juego de la política, la discursividad de la vida, lo público, lo privado, el tratamiento ético de los hechos y los sucesos, en la banalidad que imponen a través de ciertos contenidos a las cosas y personas, en la formación de muchas prácticas culturales, en la superficialidad de algunos contenidos, en la excesiva sexualización de la vida y como la presentan, en la exclusión de actores y sectores, en la dramatización de los hechos, en las medias verdades que a veces transmiten, en las mentiras que nos ofrecen y reiteran, en la espectacularización que imprimen,... pero también hay que entender, y tenemos que hacer un gran esfuerzo para ello, que los medios hoy adquieren una centralidad y un reconocimiento tal que «operan como espacios de identificación-reconocimiento social» cuando los otros espacios han desencantado y «sin embargo la gente no se acostumbra a vivir sin encanto, sin misterio, sin mitos, sin ritos. La gente sigue necesitando reencantar el mundo, devolverle magia, devolverle misterio» (Martín Barbero, Jesús, 1996:178) Y el mismo autor nos cita al sociólogo norteamericano Daniel Bell, que bajo la idea del desencanto weberiano, nos dirá que «el problema real de la modernidad es la creencia, es una crisis espiritual pues los nuevos asideros se han mostrado ilusorios y los viejos se han quedado sumergidos».

Cabe ahora preguntarnos angustiosamente por ¿cómo está enfrentando el aparato escolar y la «racionalidad ilustrada que desde allí se origina el hecho de la presencia de la cultura *massmediática* como conformadora de evidentes *signos que trastocan* toda visión tradicional de la vida y del mundo? ¿Qué preguntas se hace el educador y el intelectual frente a los *cambios* que lo masivo cultural está introduciendo y por medio de los cuales nos sentimos casi a diario interpelados? En definitiva, ¿qué interrogantes y qué respuestas, fuera de los miedos y los prejuicios, nos formulamos...?

Hasta ahora los juicios, que confluyen en prejuicios ante la comunicación masiva y su cultura masiva, están orientados o bien hacia el análisis de los llamados «efectos ideológicos y morales» de los medios y sus mensajes, o seguramente hacia el «uso instrumental» de ellos para hacer más amenas las horas de clase y sentir que la educación se ha modernizado.

En el primer caso, en gran parte de la tradición sociológica y psicológica de la lectura de efectos que supuestamente producen los medios, lo que ha habido es un conjunto de expresiones que parten de la consideración (ya sea esta funcionalista o crítica, incluso estructuralista) con relación al perceptor/usuario como un paciente y como tal pasivo, incapaz de resemantizar y transformar las propuestas provenientes de los medios a sus circunstancias materiales y culturales. Se ha llegado a la consideración de pensar que los flujos de signos circulan en un sólo sentido que se orienta desde los medios hacia los públicos y no en ambos sentidos. Hoy, las preocupaciones acerca del contenido del medio, así como su posible efecto, tienen un punto de arranque bastante distinto. El público, valga decir el consumidor-usuario del medio, está envuelto en un conjunto de tramas sociales en donde la del tiempo de exposición al medio es una de ellas. Además, parte de la idea de que el medio tiene una cara instrumental que está sometida a las reglas y juegos del mercado, pero también tiene una cara simbólica que depende más de las relaciones culturales que se establecen entre el productor-guionista-director-comunicador-medio-lenguaje y el perceptor-público-consumidor-

usuario. Es decir, es la presencia de otra lógica distinta a la mercantil, la lógica simbólica. Pero también considera al perceptor como un agente dinámico y dinamizador de diversas lecturas y maneras de leer de acuerdo al entramado económico, social y cultural en donde él se encuentre. Y desde esta misma postura, los medios y las tecnologías de información significan y son algo culturalmente, ya que solamente así podremos explicar el uso creciente que la gente, y especialmente los jóvenes, hacen de ellos.

Desde el uso instrumental de los medios por parte de la escuela se encierra también una trampa, una desviación de la mirada para ocultar el verdadero problema. «Lo que ese uso modernizador/instrumental trata de conjurar es justamente el reto cultural que los medios entrañan para el sistema educativo, el abismo que su desarticulación de la vida escolar abre entre la cultura desde la que enseñan los maestros y aquella otra desde la que perciben, piensan y hablan los alumnos. Una escisión que es necesario afrontar cuanto antes ya que los hábitos de relación con los medios y las tecnologías de la información no podrán cambiarlo sin afectar el estatuto de la educación en la sociedad (...)» (Bisbal, Marcelino, 1994:54).

No hace mucho tiempo, apenas el año pasado, el investigador venezolano Jesús María Aguirre, con ocasión de publicar una de sus últimas investigaciones (1996), se formulaba unas interrogantes claves frente a momentos de incertidumbres como los que vive el país actualmente. Se interpelaba a través de la pregunta con la idea de establecer unos retos estratégicos para el periodismo y la comunicación colectiva: «a) ¿cómo incidir en la función orientativa de la población en los actuales entornos de incertidumbre económica, política y moral?; b) ¿cómo revalorizar la función educativo-informal de todos los medios en los espacios privados y públicos para el fomento del desarrollo social?; c) ¿cómo utilizar las potencialidades educativas de las nuevas tecnologías integradas con la informática en el ámbito escolarizado?».

Las respuestas implican ubicar las cosas en su justo lugar en torno al binomio *educación* y *comunicación*. No se trata de salvar de

culpas a los medios. Sabemos que esos medios infringen a cada instante, y especialmente la televisión, todo un conjunto de normas que emanan desde el Estado (Hernández, Gustavo, 1997), pero a pesar de ello la cuestión es más compleja que la simple señalización de esas faltas. La realidad social es más intrincada de como a veces ella misma se nos presenta, inclusive de cómo las más de las veces la pensamos. Hay que ubicar las cosas en su justo lugar. Eso significa que la educación y la comunicación son piezas constitutivas de un todo social y que como tales responden a realidades estructurales, por lo tanto de carácter cultural también, que hacen que sus respectivos comportamientos no siempre respondan a los objetivos para los cuales ellas fueron ideadas e insertadas en la estructura social. Y es bueno recordar el papel de «mediación» que como estructuras o «aparatos» cumplen. Hay que reconsiderar a la educación por un lado, y a la comunicación masiva por el otro, como *mediadores culturales*. Solamente desde esa consideración lograremos entender el proceso que ambos «aparatos» introducen en la dinámica social, es decir en la constitución de «saberes» y en la «sociabilidad» del sujeto primero, del grupo después y de la comunidad más adelante y por añadidura.

Cuando afirmamos que el binomio educación/comunicación son «mediadores institucionales», al igual que «mediadores cognoscitivos» queremos decir, siguiendo al investigador mexicano Guillermo Orozco, que por un lado desde esos aparatos se otorgan ciertos significados a la realidad, y por el otro se proporcionan «repertorios» de representación e interpretación. Pero también ese binomio es un «mediador social» en el sentido que le diera Manuel Martín Serrano, al considerar lo massmediático, lo podemos trasladar a la educación, como un elemento que intenta «hacer consonante la realidad y el conocimiento introducido».

Para puntualizar, si bien es cierto que la educación y la comunicación son instituciones/aparatos/piezas mediadoras, también es cierto que ellos no operan aisladamente, separadamente de otro conjunto de mediaciones («cognoscitivas», «institucionales», «so-

ciales») que imponen límite o cambios o dinámicas de orden distinto. Es lo que apuntara en algún lado Martín Barbero al decir *que lo que pasa en los medios no puede ser comprendido por fuera de su relación con las mediaciones sociales, con los mediadores y con los diferentes contextos culturales (religioso, escolar, familiar, etc.) desde los que, o en contraste con los cuales, viven los grupos y los individuos esa cultura* (1997).

Y también, para dar *respuesta creativa* a las mismas preguntas de Aguirre, sin esperar que el Estado nos resuelva el asunto, el sistema educativo debe lograr ubicarse en la otra acera, es decir, no ponerse a la defensiva frente a los múltiples problemas que le aquejan, sino más bien tratar de entender como se están moviendo los círculos de producción de saberes en esta sociedad, desde dónde parten los imaginarios de composición y recomposición de la vida, desde dónde se puede entender el «gusto» y los «placeres» que lo audiovisual impone y establece como nueva gramática. De ahí que el «reto cultural», inclusive estructural e instrumental, signifique para la «comunicación escolar» algunos asuntos: «primero, negándose a aceptar el *descentramiento cultural* que atraviesa el que ha sido su eje tecno-pedagógico, el libro. Pues el aprendizaje del texto asocia a través de la escuela un foco de transmisión de mensajes y un modo de ejercicio del poder, basados ambos en la escritura» (J. J. Brunner). Segundo, ignorando que en cuanto *transmisor* de conocimientos la sociedad cuenta hoy con dispositivos de almacenamiento, clasificación, difusión y circulación mucho más versátiles, disponibles e individualizados que la escuela. Tercero, atribuyendo la crisis de la lectura de libros entre los jóvenes únicamente a la maligna seducción que ejercen las tecnologías de la imagen, lo que le ahorra a la escuela tener que plantearse la profunda reorganización que atraviesa el mundo de los lenguajes y las escrituras; y la consiguiente *transformación de los modos de leer* que está dejando sin piso la obstinada identificación de la lectura con lo que atañe solamente al libro y no a la pluralidad y heterogeneidad de textos, relatos y escrituras (orales, visuales, musicales, audiovisuales, telemáticos) que hoy circulan. Cuarto, impidiéndose interactuar con el mundo del *saber diseminado* en la multiplicidad de los medios de comunicación a par-

tir de una concepción premoderna de la *tecnología*, que no puede mirarla sino como algo exterior a la cultura, 'deshumanizante' y perversa en cuanto desequilibradora de los contextos de vida y aprendizajes heredados» (Martín Barbero, Jesús, 1999:15-16).

Los medios de comunicación llegaron para quedarse. El hecho de la educación como «necesidad placentera» sigue estando presente más allá de la idea que eso significa. Pero para que se clarifique, concluyamos con una serie de preguntas que el sistema educativo debe formularse de manera imperiosa si no quiere desaparecer o ser dejado de lado como «cosa curiosa» y del pasado... aquí van las interrogantes (*ibídem*): «qué significa saber y qué significa aprender a fines del siglo XX cuando las redes informáticas insertan permanentemente lo local en lo global?; ¿qué significa saber hoy cuando los lenguajes por los que el saber circula escapan del libro?; ¿qué desplazamientos cognitivos e institucionales están exigiendo los nuevos dispositivos y producción y apropiación del conocimiento a partir del interfaz que enlaza las pequeñas pantallas hogareñas con las pantallas laborales del computador y con las pantallas lúdicas de los video juegos?; ¿qué saben nuestras escuelas, incluso nuestras Facultades de Educación, sobre las hondas modificaciones en la percepción del espacio y del tiempo que viven los adolescentes, especialmente insertos en procesos vertiginosos de desterritorialización de la experiencia y de la identidad, y atrapados en una contemporaneidad que confunde los tiempos, debilita el pasado y exalta el no futuro?; ¿está la educación en América Latina haciéndose cargo de esos interrogantes? Y si la escuela no está planteando esas preguntas. ¿cómo puede pretender hoy ser un verdadero espacio social y cultural de apropiación de los conocimientos?, o dicho en una pregunta síntesis: ¿qué tiene que cambiar en la escuela para que pueda comunicar con su sociedad?». Otra vez lo que dijéramos antes: *¡el desafío intelectual es mayúsculo!*

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIRRE, Jesús María (1996). *De la práctica periodística a la investigación comunicacional*, Universidad Católica Andrés Bello, Fondo de Publicaciones de la Fundación Polar, Venezuela, Caracas.
- BARBERO, Jesús Martín (1999). «La educación en el ecosistema comunicativo», en la revista *Comunicar*, N° 13, editada por Colectivo Andaluz para la educación en medios de comunicación, España.
- BARBERO, Jesús Martín (1998). «Tipología cultural», en *Tipologías municipales y regiones en Colombia*, editado por la Fundación Social, Colombia.
- BARBERO, Jesús Martín (1997). «Globalización y multiculturalidad. Notas para una agenda de investigación», en la revista *Comunicación* N° 100, cuarto trimestre 1997, Fundación Centro Gumilla, Venezuela.
- BARBERO, Jesús Martín (1996). *Pre-textos. Conversaciones sobre las comunicaciones y sus contextos.*, editado por el Programa Editorial de la Facultad de Artes Integradas, Universidad del Valle, Colombia, Cali.
- BENJAMIN, Walter (1982). *Discursos interrumpidos*. Editorial Taurus, España.
- BISBAL, Marcelino (1994). *Comunicación y Cultura*. Conferencia dictada en el Seminario Latinoamérica Fin de Siglo: nuevos retos para la investigación en el marco de la celebración de los 20 años de La Fundación Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos (CELARG), Venezuela, Caracas.
- BRICEÑO GUERRERO, J. M. (1996). «Prólogo» al texto de Luis Felipe Pellicer: *La vivencia del honor en la provincia de Venezuela. 1774-1809. Estudios de casos*. Fundación Polar, Venezuela.
- CANCLINI, Néstor García (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Editorial Grijalbo, México.
- FADUL, Ana María (1992). «Las ciencias sociales en la enseñanza y la investigación de la comunicación», en la revista *Diálogos de la Comunicación*, N° 32, marzo, editada por FELAFACS, Perú.
- GEERTZ, Clifford (1991). «Géneros confusos: la reconfiguración del pensamiento social», en *El surgimiento de la antropología posmoderna*, Editorial Gedisa. México.
- GONZÁLEZ, Jorge A. (1993). «Video-tecnología y modernidad», en revista *Diálogos*, N° 36., Felafacs, Lima, 1993.
- HERNÁNDEZ, Gustavo (1997). «La educación para los medios en Venezuela», en la revista *Comunicación* N° 100, cuarto trimestre, Fundación Centro Gumilla, Venezuela.

- JAY, Martín (1982). *La imaginación dialéctica. Una historia de la Escuela de Frankfurt*, Editorial Taurus, España.
- MAFFESOLI, Michel (1990). *El espíritu de las tribus*, Editorial Ikaria, España.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1992). «Culturas populares e identidades políticas», en *Entre públicos y ciudadanos* (varios autores). Calandria, Asociación de Comunicadores Sociales. Perú.
- MCQUAIL, Denis (1972). *Sociología de los medios masivos de comunicación*, Editorial Paidós, Argentina.
- NICODEMO, Pasquale y BISBAL E., Marcelino (1997). «Las prácticas sociales como prácticas culturales», en la revista *Comunicación* N° 100, cuarto trimestre, editada por el Centro Gumilla, Venezuela, 1997.
- PEUKERT, Helmut (1995). «Crítica filosófica de la modernidad», en la revista *Concilium*, N° 244, Editorial Verbo Divino, Chile.
- PINO ITURRIETA, Elías (1994). *Quimeras de amor, honor y pecado en el siglo XVIII venezolano*, Editorial Planeta, Caracas.
- REGUILLO CRUZ, Rossana (1995). «¿La comezón posmoderna o el pensamiento de la crisis?», en *Cuadernos del Departamento de Comunicación del ITESO*, N° 2, septiembre de 1995, México.
- REY, Germán (1993). «Los instrumentos de la levedad», en la Revista *Inter-Medios*, N° 6, febrero-marzo-abril, México.
- RICHARD, Nelly (1994). *La insubordinación de los signos (cambios políticos, transformaciones culturales y poéticas de la crisis)*, Editorial Cuarto Propio, Santiago de Chile.
- SCHMUCLER, Héctor y Patricia Terrero (1993). «Nuevas tecnologías y transformaciones del espacio urbano. Buenos Aires 1970-1990», en revista *Telos*, N° 32, Fundesco, Madrid, 1993.
- SILVERSTONE, Roger (1996). *Televisión y vida cotidiana*, Amorrortu Editores, Argentina.
- THOMPSON, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós Comunicación, N° 101-Teoría, España.
- VATTIMO, Gianni (1994). «Posmodernidad: ¿una sociedad transparente?», en el texto colectivo (Vattimo, Mardones, Maffesoli, Savater, Urdanibia y otros), en *torno a la posmodernidad*, Editorial Anthropos, España.
- ZALLO, Ramón (1992). *El mercado de la cultura. Estructura económica y políticas de la comunicación.*, Editorial Tercera Prensa, Hirugarren Prentsa, S.L.